

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
(*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*) PADA
PT ASURANSI JIWA BRINGIN JIWA SEJAHTERA PALEMBANG**



SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma IV Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Manajemen Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh:
ILVINA YENISAFITRY
0614 4063 2127**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2016**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
(INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION) PADA
PT ASURANSI JIWA BRINGIN JIWA SEJAHTERA PALEMBANG**



SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma IV Pada Program Studi Manajemen Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang**

**Oleh:
ILVINA YENISAFITRY
0614 4063 2127**

Menyetujui,

PEMBIMBING I

**Elisa, S.E., M.Si
NIP 196010141989032003**

PEMBIMBING II

**A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res
NIP 196008061989101001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res
NIP 196008061989101001**

**Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis**

**Yusleli Herawati, S.E., M.M
NIP 196005071988112001**

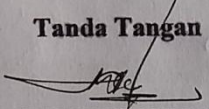
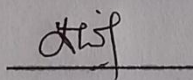
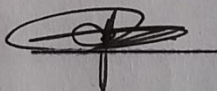
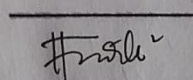
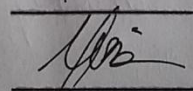
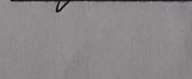
LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Ilvina Yenisaftiry
NIM : 0614 4063 2127
Program Studi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu
(*Integrated Marketing Communication*) pada
PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera
Palembang

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Manajemen Bisnis
Dan Dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin
Tanggal 08 Agustus 2016

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. H .M.Syahirman Yusi, S.E., M.Si.</u>		08/8 - 2016
2	<u>Elisa, S.E., M.Si.</u>		19/8 - 2016
3	<u>Esya Alhadi, S.E., M.M.</u>		30/8 - 2016
4	<u>H.Hendra Sastrawinata, S.E., M.M</u>		08/8 - 2016
5	<u>Dewi Fadila, S.E., M.M</u>		22/8 - 2016
6	<u>Afrizawati, S.E., M.Si.</u>		



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ilvina YenisaFitry
NIM : 0614 4063 2127
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) pada PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Skripsi bukanlah plagiat/salinan Skripsi milik orang lain.
3. Apabila Skripsi saya plagiat/menyalin Skripsi milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Skripsi beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 8 Agustus 2016
Yang membuat pernyataan



Ilvina YenisaFitry
NIM 0614 4063 2127

MOTTO:

- "Orang yang berhasil akan mengambil manfaat dari kesalahan-kesalahan yang ia lakukan dan akan mencoba kembali untuk melakukan dalam suatu cara yang berbeda." (Dale Carnegie)
- "Dalam masalah hati nurani, pikiran pertamalah yang terbaik. Dalam masalah kebijaksanaan, pemikiran terakhirlah yang paling baik." (William Feather)
- "Kita melihat kebahagiaan itu seperti pelangi, tidak pernah berada di atas kepala kita sendiri, tetapi selalu berada di atas kepala orang lain." (Marcus Aurelius)
- "Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis, dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum." (Abu Bakar Sibli)

Kupersembahkan untuk:

- Papa dan Mama tercinta
- Adik-adikku tersayang
- Teman-teman seperjuangan
- Almamater Tercinta

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*) PADA PT ASURANSI JIWA BRINGIN JIWA SEJAHTERA PALEMBANG.”

Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat dalam menyelesaikan pendidikan Diploma IV pada Jurusan Administrasi Bisnis dengan Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Dalam penulisan Skripsi ini penulis telah berusaha sebaik mungkin guna memperoleh hasil yang terbaik, akan tetapi penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan Skripsi ini karena keterbatasan bahan atau rujukan, kemampuan, dan pengetahuan penulis. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan Skripsi ini di masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Palembang, Agustus 2016

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar tanpa bantuan, bimbingan, pengarahan dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itulah pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan Skripsi ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak terutama kepada:

1. Untuk Papa dan Mama tercinta yang telah memberikan doa dan semangat, motivasi serta dukungannya baik moril maupun materil untuk penyelesaian Skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ing Achmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak A. Jalaluddin Sayuti, S.E.,M.Hum.Res., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis sekaligus selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dalam memberikan bimbingan, saran dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Bapak Divianto, S.E.,M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
5. Ibu Yusleli Herawati, S.E.,M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Bisnis.
6. Ibu Elisa, S.E.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis beserta para Staf yang telah memberikan petunjuk dan nasehat selama masa perkuliahan.
8. Ibu Mia selaku Staf Perpustakaan yang telah setia membantu dalam melengkapi teori-teori penunjang Skripsi ini.
9. Bapak Visia Ikhlas selaku ARM PT Bringin Life Palembang.
10. Ibu Hervina Syafira selaku BRM PT Bringin Life Palembang.

11. Seluruh Staf beserta Pemegang Polis PT Bringin Life, terima kasih banyak telah membantu dalam memberikan data Skripsi ini.
12. Orang yang selalu membantu dan memotivasi saya, terima kasih atas doa, dukungan, serta bantuannya selama ini.
13. Teman-teman seperjuangan Diploma IV Alih Jenjang kelas 4MBC: Aneli, Aulia, Diko, Diyak, Kak Faruq, Ican, Nifa, Ama, Zikrianida, Suci, Rini, Mb Rizki, Tio, Radi, Rino, Riza, Rizka, Indah, Melisa, Mb Wid yang telah berjuang bersama demi menyelesaikan perkuliahan.
14. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan saran-saran atas kelancaran penyelesaian penulisan Skripsi ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dalam penulisan Skripsi ini. Demi kesempurnaan Skripsi ini, saran dan kritik yang bersifat membangun sangatlah penulis harapkan. Penulis juga berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Palembang, Agustus 2016

Penulis

ABSTRACT

As an insurance company that prioritizes customer satisfaction through improved quality of service, product development, the superior technology and skilled and hospitality human resources, Bringin Life Company has its own marketing system in developing and marketing their products. Therefore this research is conducted at Bringin Life Company with the aim to find out how integrated marketing communications strategy that applied by Bringin Life Company to market its products and to find out about the implications of the communication strategy that applied by them. In accordance with the title that the author choose, then the method that used in this research is using qualitative descriptive method. The data collection techniques used is through observation, interviews, questionnaires, and literature study. From that method, the author can obtain many data concerning the implementation of integrated marketing communication strategy at Bringin Life Company and its implications for insurance product sales. The results showed that marketing communication strategy that applied by Bringin Life Company is quite effective, although not yet fully implemented well. Integrated marketing communication strategy that applied by them includes advertising, sales promotion, personal selling, and public relations. But not entirely marketing communication tools used. Marketing communication tools are often used are the brochures and personal selling. Then the implications of the implementation of the marketing communication strategy that is expanding the marketing area.

Keywords: Strategy, Integrated Marketing Communication

ABSTRAK

Sebagai lembaga asuransi yang mengutamakan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan produk, teknologi unggul dan sumber daya manusia yang trampil dan ramah, Bringin Life memiliki sistem pemasaran tersendiri dalam mengembangkan dan memasarkan produknya. Untuk itu penelitian ini dilakukan pada PT Bringin Life dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh PT Bringin Life dalam memasarkan produk asuransinya serta untuk mengetahui implikasi dari strategi komunikasi yang dilakukan. Sesuai dengan judul yang penulis pilih, maka metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Lalu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Dari berbagai macam metode tersebut, penulis dapat memperoleh data mengenai penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu pada PT Bringin Life serta implikasinya terhadap penjualan asuransi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Bringin Life cukup efektif, meskipun belum sepenuhnya terlaksana dengan baik. Strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh PT Bringin Life meliputi iklan, promosi penjualan, penjualan personal, dan humas. Namun belum seluruhnya elemen promosi atau alat komunikasi pemasaran tersebut digunakan. Alat komunikasi pemasaran yang sering digunakan yakni brosur dan penjualan personal. Lalu implikasi dari penerapan strategi komunikasi pemasaran tersebut yakni meluasnya daerah pemasaran.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran Terpadu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pengertian Strategi.....	11
2.2.2 Konsep Komunikasi dan Pemasaran.....	12
2.2.3 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.4 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.5 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>IMC</i>).....	16

2.2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communications</i>).....	22
2.3 Kerangka Berpikir.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	37
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
3.3 Instrumen Penelitian.....	38
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Metode Analisis Data.....	43
3.7 Populasi dan Sampel.....	44

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Keadaan Umum Instansi.....	46
4.2 Kondisi Lingkungan Internal PT Bringin Life.....	49
4.3 Kondisi Lingkungan Eksternal PT Bringin Life.....	51
4.4 Visi dan Misi PT Bringin Life.....	54
4.5 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	54
4.6 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada PT Bringin Life.....	62
4.7 Implikasi Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Volume Penjualan Produk Asuransi pada PT Bringin Life.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	27
Tabel 2.3 Karakteristik Media Periklanan.....	29
Tabel 2.4 Beberapa Alternatif Promosi Penjualan.....	31
Tabel 3.1 Tabel Krejcie.....	45
Tabel 4.1 Pendapatan Premi PT Bringin Life Tahun 2014.....	49
Tabel 4.2 Pendapatan Premi PT Bringin Life Tahun 2015.....	49
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Mengenai Komunikasi Pemasaran Terpadu pada PT Bringin Life.....	60
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Mengenai Pelayanan yang Dilakukan oleh PT Bringin Life.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Proses Komunikasi.....	15
Gambar 2.2 Lingkup Pembahasan Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	20
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Bringin Life.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pengantar Permohonan Pengambilan Data
2. Surat Perizinan Pengambilan Data ke Perusahaan
3. Surat Balasan dari Perusahaan untuk Persetujuan Pengambilan Data
4. Lembar Kunjungan Mahasiswa
5. Surat Kesepakatan Bimbingan Skripsi
6. Lembar Konsultasi Pembimbing I
7. Lembar Konsultasi Pembimbing II
8. Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
9. Lembar Kuesioner
10. Lembar Pertanyaan Wawancara